

Gilani Research Foundation is a not for profit public service project to provide social science research to students, academia, policy makers and concerned citizens in Pakistan and across the globe.

Gilani Research Foundation is headed by Dr. Ijaz Shafi Gilani who pioneered the field of opinion polling in Pakistan and established Gallup Pakistan in 1980. Currently Dr. Gilani, who holds a PhD from the Massachusetts Institute of Technology (MIT) and has taught at leading universities in Pakistan and abroad, is Chairman of Gallup Pakistan.

Shopping In Ramadan: 41% Go For Shopping In The Afternoon In Ramadan: GILANI POLL/GALLUP PAKISTAN

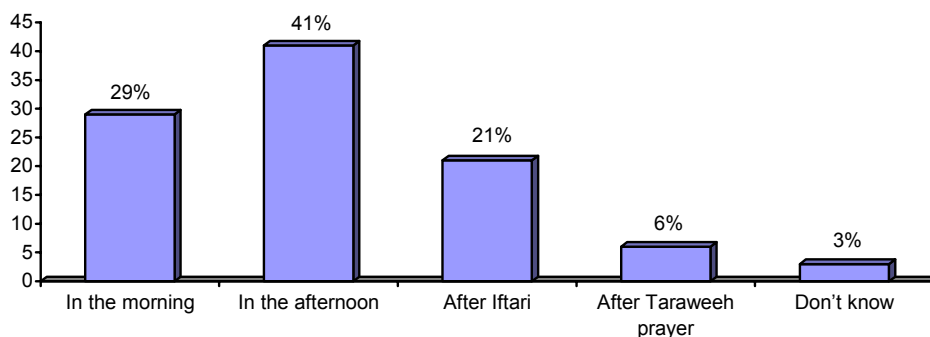
Islamabad, September 8, 2010

According to a Gilani Research Foundation survey carried out by Gallup Pakistan, most of all Pakistanis (41%) go for shopping in the afternoon, 29% go to the bazaar in the morning, 21% after Iftari while 6% go to the market after the Taraweeh prayer.

A nationally representative sample of men and women from across the country were asked the following question: *"In Ramadan people go for shopping at different times of the day. Mostly in your house when do your family members go to the bazaar?"* Forty one percent (41%) go to the market in the afternoon followed by 29% who go for shopping in the morning, 21% after Iftari and 6% go to the bazaar after the Taraweeh prayer. 3% said they don't know.

The findings of the survey reveal no significant difference in opinion of people from across various demographics.

"In Ramadan people go for shopping at different times of the day. Mostly in your house when do your family members go to the bazaar?"



Source: Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International Association (www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk)

The study was released by Gilani foundation and carried out by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International. The recent survey was carried out among a sample of 2579 men and women in rural and urban areas of all four provinces of the country, during August 2010. Error margin is estimated to be approximately $\pm 2-3$ per cent at 95% confidence level.

Gallup Pakistan proposes that its poll results be attributed as Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International. This is to distinguish our polls from polls on Pakistan sometimes released by other organizations not part of Gallup International Association (www.gallup-international.com) and referred to by the same title. Also please see necessary Disclaimer on our website (www.gallup.com.pk). Gallup Pakistan takes responsibility for only its own polls on Pakistan.

For more survey data on social and other issues see website www.gallup.com.pk

For any queries please contact:

Ms. Hira Hasan

Assistant Manager (Research)

Phone: +92-51-2655630

E-mail: hira.hasan@gallup.com.pk

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن ایک تعلیمی اور رفاہی پروجیکٹ ہے جو پاکستان اور دنیا بھر کے طلباء، دانشوروں، منصوبہ ساز اور دیگر دلچسپی رکھنے والے افراد تک سوشل سائنسز ریسرچ پہنچاتا ہے۔

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن ڈاکٹر اعجاز شفیع گیلانی کی سربراہی میں کام کرتا ہے، جو کہ پاکستان میں رائے عامہ کے سروے منعقد کرنے کے بانی ہیں، انہوں نے 1980 میں گیلپ پاکستان کی بنیاد رکھی۔ ڈاکٹر گیلانی (MIT) Massachusetts Institute of Technology سے پی ایچ ڈی ہیں اور کئی ملکی اور غیر ملکی معروف یونیورسٹیوں میں پڑھاتے رہے ہیں آجکل گیلپ پاکستان کے چیئرمین ہیں۔

41% افراد رمضان میں دوپہر کے وقت خریداری کرتے ہیں:

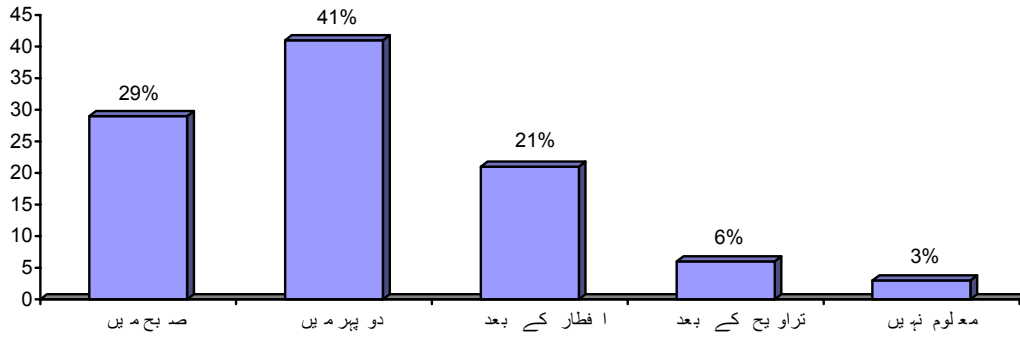
گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن، گیلپ پاکستان

اسلام آباد، 8 ستمبر، 2010

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کے ایک حالیہ سروے کے مطابق اکثر پاکستانی (41%) رمضان میں دوپہر کے وقت خریداری کرتے ہیں، 29% صبح میں خریداری کرتے ہیں، 21% افطار کے بعد خریداری کے لیے جاتے ہیں، جبکہ 6% تراویح کے بعد خریداری کرتے ہیں۔

سروے میں ملک بھر سے شریاتی طور پر منتخب خواتین اور حضرات سے یہ سوال پوچھا گیا، 'رمضان کے مہینے میں مختلف افراد مختلف اوقات میں خریداری کرتے ہیں۔ آپ کے گھرانے کے افراد عام طور پر کس وقت خریداری کرتے ہیں؟' 41% افراد رمضان میں دوپہر کے وقت خریداری کرتے ہیں، 29% صبح میں خریداری کرتے ہیں، 21% افطار کے بعد خریداری کے لیے جاتے ہیں، جبکہ 6% تراویح کے بعد خریداری کرتے ہیں۔ 3% افراد نے کسی رائے کا اظہار نہیں کیا۔

رمضان کے مہینے میں مختلف افراد مختلف اوقات میں خریداری کرتے ہیں۔ آپ کے گھرانے کے افراد عام طور پر کس وقت خریداری کرتے ہیں؟



Source: Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan,
the Pakistani affiliate of Gallup International Association (www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk)

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کا حالیہ سروے گیلپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلپ پاکستان کی مدد سے کیا گیا۔ یہ سروے پاکستان کے چاروں صوبوں کی دیہی اور شہری آبادی کے 2579 مرد اور خواتین سے اگست 2010 میں منعقد ہوا۔ غلطی کے امکان کا تخمینہ شماریاتی طور پر تقریباً $\pm 2-3\%$ لگایا گیا ہے۔

گیلیپ پاکستان کی گزارش ہے کہ اس کے سروے کو گیلانی فاؤنڈیشن کے تحت گیلیپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلیپ پاکستان کے سروے کے طور پر تحریر یا نشر کیا جائے۔ یہ واضح رہے کہ بعض اوقات پاکستان میں بعض ایسے اداروں کی جانب سے اسی نام کے ساتھ سروے کی اشاعت کی جاتی ہے حالانکہ وہ گیلیپ انٹرنیشنل ایسوشن سے کوئی تعلق نہیں رکھتے۔ برائے مہربانی اس بارے میں مزید تفصیلات کے لیے ہماری ویب سائٹ (www.gallup.com.pk) اور (www.gallup-international.com) پر رجوع کریں۔ گیلیپ پاکستان صرف اور صرف اپنے سروے کا ذمہ دار ہے۔

سماجی اور دیگر موضوعات سے متعلق مزید معلومات کے لیے ہماری ویب سائٹ سے رجوع کریں۔ www.gallup.com.pk
کسی چیز کی وضاحت یا سوال کرنے کے لیے ان سے رابطہ کریں :

Ms. Hira Hasan
Assistant Manager (Research)

Phone: +92-51-2655630
E-mail: hira.hasan@gallup.com.pk